

13. Баранов А. А., Рожина С. В. Копинг-стратегии подростка в ситуации кибербуллинга // Вестн. Удмурт. ун-та. — Серия «Философия. Психология. Педагогика». — 2016. — № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/koping-strategii-podrostka-v-situatsii-kiberbullinga> (дата обращения: 17.02.2020).

14. Machmutow K., Perren S., Sticca F., Alsaker F. D. Peer victimisation and depressive symptoms: can specific coping strategies buffer the negative impact of cybervictimisation? // Emotional and Behavioural Difficulties. — 2012. — № 17 (3–4). — P. 403–420. DOI: 10.1080/13632752.2012.704310.

15. Parris L., Varjas K., Meyers J., Cutts H. High school students' perceptions of coping with cyberbullying // Youth and Society. — 2012. — № 44 (2). — P. 284–306

16. Raskauskas J., Huynh A., The process of coping with cyberbullying: A systematic review // Aggression and Violent Behavior. — 2015. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.avb.2015.05.019> (дата обращения: 17.02.2020).

УДК 378.09

Агеева Екатерина Валерьевна,

магистрант 2-го курса

Клименских Марина Владимировна,

доцент, кандидат педагогических наук

Мальцев Алексей Владимирович,

доцент, кандидат биологических наук

Савельев Владимир Вадимович,

старший преподаватель

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДИКТОРЫ АКАДЕМИЧЕСКОЙ УСПЕШНОСТИ СТУДЕНТОВ ПРИ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИИ

Аннотация. Исследование посвящено изучению психологических предикторов эффективности онлайн обучения, в частности такого личностного качества как добросовестность. Приводятся результаты эмпирического исследования, свидетельствующие о вкладе добросо-

вестности и экстернальной мотивации в академическую успешность студентов онлайн- и очного обучения. В заключение делается вывод, что, согласно данному исследованию, различия в предикторах академической успешности в онлайн- и очном формате обучения отсутствуют.

Ключевые слова: академическая успешность, онлайн-обучение, добросовестность, экстернальная мотивация.

Ageeva Ekaterina,

Master's Student of the 2nd year

Klimenskih Marina,

PhD, associate professor

Maltsev Aleksey,

PhD, associate professor

Savel'ev Vladimir,

Senior lecturer

Ural Institute for Humanities

Ural Federal University

PSYCHOLOGICAL PREDICTORS OF ACADEMIC ACHIEVEMENT OF STUDENTS STUDYING IN ONLINE FORM

Abstract. The research is devoted to the study of psychological predictors of the effectiveness of online education, in particular of such a personal quality as conscientiousness. An empirical study presents the contribution of conscientiousness and external motivation to the academic achievement of online and full-time students. According to this study, there are no differences in predictors of academic success in online and full-time education.

Keywords: academic achievement, online education, conscientiousness, external motivation.

Многочисленные исследования показывают значимость психологических факторов для процесса обучения [1–3]. При этом в образовательной деятельности все шире применяется форма онлайн-обучения [4]. Целью нашего исследования явилось определение предикторов академической успешности студентов при онлайн-обучении.

Исследование проводилось в Институте радиоэлектроники и информационных технологий — РтФ Уральского федерального университета (УрФУ) в 2018–2019 гг. Выборку составили 138 студентов (56 девушек и 82 юноши). Возраст — от 17 до 23 лет, средний возраст учащихся — 18,7 лет. В ходе обучения студенты выборки проходили онлайн-курсы из общеобразовательного цикла дисциплин «Философия», «История», «Русский язык» на платформе «Открытое образование». Треть студентов (44 человека) впервые получила опыт прохождения онлайн-курса в вузе, для остальных (94 человек) опыт дистанционного обучения составил от 2 до 4 предметов.

Опрос испытуемых также проводился в онлайн-форме с помощью Google Forms. Для исследования использовалось несколько методик: сокращенный вариант многофакторного личностного опросника «Большая пятерка» (Р. МакКрае и П. Коста) BFI-10; диагностика мотивов учебной деятельности студентов (Т. О. Гордеева, Е. Н. Осин, О. А. Сычев); авторская анкета самооценки качества обучения. Результаты обучения студентов по предметам изучаемым в онлайн-и очной форме были получены от администрации института.

С целью определения предикторов успешности онлайн-обучения был использован метод контрастных групп. Результаты показали, что из 12 шкал двух методик достоверные различия между контрастными группами были получены только по показателю личностного опросника BFI-10 «Добросовестность» и по шкале «Экстернальная мотивация» опросника диагностики мотивов учебной деятельности. По показателям «Балл по онлайн-курсу» и «Балл по очным курсам» в группе, где высокий уровень доброжелательности результаты оказались достоверно выше, чем в группе с низким уровнем (см. таблицу), что согласуется с ранее проведенными исследованиями при очном обучении [5; 6].

По шкале «Экстернальная мотивация» достоверные различия между контрастными группами были выявлены только по показателю «Балл по онлайн-курсу», в то время как по показателю «Балл по очным курсам» достоверных различий между контрастными группами нет. Таким образом, показатель «Экстернальная мотивация» оказался в нашем случае специфическим для онлайн-обучения. Экстернальная мотивация оценивает принужденность к учебной деятельности,

связанную с вынужденностью следовать требованиям родителей и педагогов. Полученную нами закономерность можно объяснить характером изучаемых предметов, которые составляют гуманитарный цикл и являются общеобразовательными для студентов технических направлений подготовки. Те из них, кто воспринимает давление обязательности изучения данных предметов, получают более высокие результаты, чем те, кто к восприятию этого давления более инертны.

Таблица

Сравнение результатов обучения в контрастных группах по шкале «Добросовестность» (методика BFI-10)

Контрастная группа	Численность	Интервал баллов по шкале «Добросовестность»	Балл по онлайн-курсу	Балл по очным курсам
Низкий уровень	73	3–9	79,5	63,6
Высокий уровень	65	10–12	86,4	70,4

Таким образом, можно сделать вывод об отсутствии различий в предикторах академической успешности в онлайн- и очном формате обучения.

Литература

1. Русалов В. М. Биологические основы индивидуально-психологических различий. — М. : Наука, 1979. — 352 с.
2. Гордеева Т. О., Леонтьев Д. А., Осин Е. Н. Вклад личностного потенциала в академические достижения // Личностный потенциал: структура и диагностика / ред. Д. А. Леонтьев. — М. : Смысл, 2011. — С. 642–668.
3. Исаева Е. Р. Новое поколение студентов: новые проблемы и новые подходы к обучению // Современное образование: содержание, технологии, качество : материалы XIX междунар. науч.-метод. конф. — СПб. : С.-Петербург. гос. электротех. ун-т ЛЭТИ им. В. И. Ульянова (Ленина), 2013. — Т. 2. — С. 15–17.
4. Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ : Приказ Минобрнауки РФ от 23 августа 2017 № 816.

5. Воробьева А. А. Волевые и познавательные черты личности как факторы учебных достижений студентов : дис. ... канд. психол. наук. — М. : Рос. ун-т дружбы народов, 2015. — 246 с.

6. Исаева Е. Р., Тюсова О. В., Тишков А. В., Шапоров А. М., Павлова О. В., Ефимов Д. А., Власов Т. Д. Поиск прогностических критериев академической успеваемости студентов // Университ. управление: практика и анализ. — 2017. — Т. 21, № 2. — С. 163–175.

УДК 659.1

Баклагина Дарья Игоревна,

бакалавр 4-го курса

Института экономики и управления

Уральского федерального университета

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ: КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ И ПОКАЗАТЕЛИ

Аннотация. Предметом предлагаемого авторами исследования являются возможные критерии оценки психологического воздействия рекламного текста на потенциального потребителя в терминах влияния креализованного текста. В статье описываются выделенные авторами критерии и показатели психологического воздействия рекламного текста (рекламы кухонь) на потребителя с учетом специфики их размещения на landing page. Наряду с психологическими аспектами воздействия рекламного текста авторы также выделяют такие критерии и показатели, как лингвистические и композиционные составляющие рекламы. Данные критерии обеспечивают комплексность в изучении влияния рекламы и описывают принцип эмерджентности (свойство целого не сводимо к свойству его частей) в системе психологического воздействия на потребителя.

Ключевые слова: воздействия рекламы, критерии восприятия рекламы, рекламный текст, креализованный текст, landing page.